

BAB 4

SIMPULAN

Market intelligence sangat dibutuhkan perusahaan saat ini, berkaitan dengan kemampuan *market intelligence* untuk menyediakan informasi berkualitas yang bercirikan: akurat, relevan, dan andal sebagai dasar pengambilan keputusan pemilihan strategi bersaing perusahaan. Kemampuan *market intelligence* menghasilkan informasi berkualitas karena *market intelligence* adalah suatu kelompok yang terlatih serta diterjunkan ke luar perusahaan untuk melakukan pengamatan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan konsumen, pesaing, maupun hal-hal lain yang berhubungan dengan pemasaran sehingga informasi didapatkan secara langsung sehingga terjaga kebenarannya.

Informasi dari *market intelligence* membuat perusahaan mampu memilih dan mengembangkan strategi bersaing, berkaitan dengan upaya-upaya untuk mempertahankan posisi sebagai pemimpin pasar, menjadi penantang pasar ataupun menjadi pengikut pasar. Kunci dari peran *market intelligence* sebagai pendukung strategi bisnis perusahaan adalah kebenaran informasi membuat perusahaan memiliki data-data yang nyata sebagai pertimbangan memilih alternatif strategi bersaing yang ada. Pada saat strategi bersaing yang dipilih diimplementasikan oleh perusahaan memang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, perusahaan menjadi mampu menyelesaikan permasalahan tersebut yang akhirnya berguna untuk meningkatkan kekuatan perusahaan dalam menghadapi persaingan usaha.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Dharmesta, Basu S, 2003, **Intelijen Pemasaran**, *Reindo*, Edisi 12 Februari.
- Elisawati dan Paulus Pandiangan, 2001, **Jasa Intelijen Bisnis Makin Diperlukan Dunia Usaha: Bagaimana Peluangnya?**, *INEKON: Swa-Usaha Detektif Bisnis*, 9 Januari.
- Jatmiko, RD, 2003, **Manajemen Stratejik**, Cetakan Pertama, Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang.
- Kotler, Philip, 2004, **Manajemen Pemasaran**, Buku Satu, Edisi Milenium, PT Indeks, Jakarta.
- Lo, Eko Widodo, 2000, **Sistem Intelijen Kompetitif**, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, STIE YKPN Yogyakarta, Edisi: Januari-Maret: 22-28.
- Muafi, 2001, **Strategi Bersaing dalam Turbulensi Lingkungan Bisnis**, *Ekonomi dan Bisnis*, Vol 4, No 1, Desember:14-27.
- Porter, Michael, 1994, **Keunggulan Bersaing**, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Royan, Frans M, 2005, **Market Intelligence: Mengaplikasikan Spionase pada Pemasaran Masa Kini**, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sumarsono, Bambang, 2005, **Strategi Perang Berbisnis**, *Suara Merdeka*, Edisi 24 Agustus.
- Zabidi, Yasrin, 2000, **Competitive Intelligence Program (CIP): Peranannya dalam Menghadapi dan Memenangkan Persaingan**, *Usahawan*, No 2, Thn XXIX, Februari: 33-40.

